

報道関係各位

2020年10月29日  
株式会社クロス・マーケティング

## Go To Eatキャンペーンが後押しが 「少人数での外食はしてもいい」が増加

— Go To Eatキャンペーンに関する意識調査 —

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「Go To Eatキャンペーンに関する意識調査」を実施しました。キャンペーンがスタートして約1ヶ月が経ちましたが、その利用はどこまで広がっているのでしょうか。今回は、Go To Eatキャンペーンの利用状況や利用してみた感想、また、現在「してもいい」と思うことについての定点調査の結果を分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201029gotoeat/>

### ■調査結果

✓ Go To Eatキャンペーン、「利用した+これから利用する」は2割。

✓ キャンペーン自体の認知率は9割を超える結果に。

一方で「利用してみたいが、予約方法がわからない」が35%と、3人に1人が予約方法まで認知していないことがわかる。〈図1〉また、年代別でみると年齢があがるにつれて「利用してみたいと思わない」が増加傾向にあり、若年層のほうがキャンペーンの利用に抵抗がないことが窺える。〈図2〉

キャンペーンの利用者に、利用してみた感想を聴取したところ、お得感と還元ポイントに関する回答が散見された。還元ポイントについては、付与に時間がかかることや、ポイントが利用できるお店の少なさ、制度の分かりづらさの回答があがった。〈図3〉

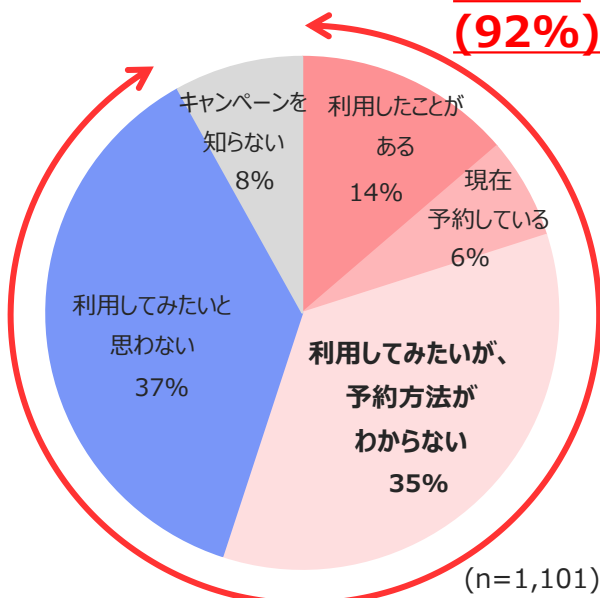
✓ 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思うことは6月・8月調査時から、少人数での外食が増加。

昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思うことを聴取したところ、2人または3～4人で「居酒屋に行く」、「カフェ・食事処に行く」が6月・8月に比べて増加。5人以上の飲食は未だ低いが、少人数での外食は「してもいい」と回答。Go To Eatキャンペーンの影響もあるのではないかと推察される。〈図4〉

### 【Go To Eatキャンペーン利用状況（単一回答）】

〈図1〉全体

認知率  
(92%)



〈図2〉年代別

■ 利用したことがある  
■ 利用したことはないが、現在予約している  
■ 利用したことはなく、利用してみたいが、予約方法がわからない  
■ 利用したことはなく、利用してみたいと思わない  
■ キャンペーンを知らない (%)

年代	利用したことがある (%)	利用したことはないが、現在予約している (%)	利用したことはなく、利用してみたいが、予約方法がわからない (%)	利用したことはなく、利用してみたいと思わない (%)	キャンペーンを知らない (%)
20代 (n=220)	17	7	34	29	13
30代 (n=220)	14	7	38	33	9
40代 (n=220)	12	6	38	35	9
50代 (n=221)	15	4	33	41	7
60代 (n=220)	10	8	33	46	3

<図3> Go To Eatキャンペーンを利用してみた感想(自由回答抜粋) (n=151)

**お得感**

久しぶりに外食をして、ちょっといいものをお得に美味しく食べることができて楽しかった。  
(女性51歳)

ワンランク上の飲食店に行けた  
(男性28歳)

家族で行くとかなりの額になるので、僅かでも還元されるのはラッキーだと思った。  
(女性39歳)

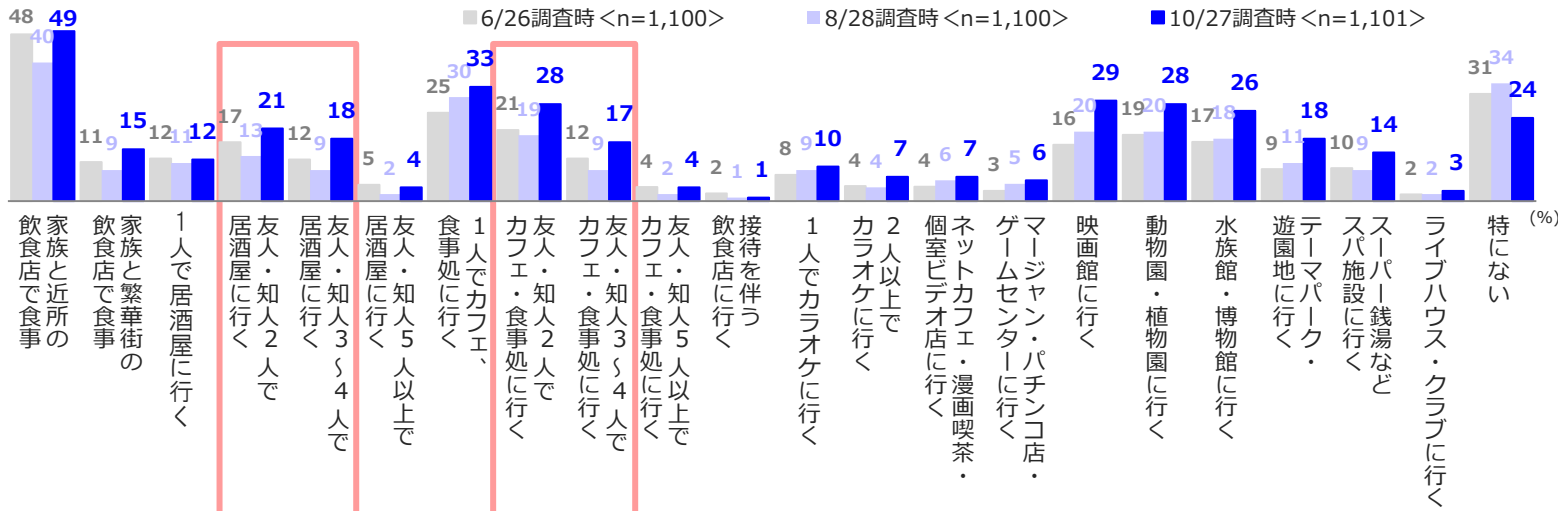
**還元ポイント**

ポイント反映が遅い、制度が分かりにくい  
(女性51歳)

受け取ったポイントの使用用途が少なく使いづらい  
(男性26歳)

お店によって、予約できるサイトが異なるため、ポイントを一元に管理できない  
(男性25歳)

<図4> 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思うこと (複数回答)



**クロス・マーケティング お天気指数**



**お天気回答理由 (抜粋)**

晴れ  
週末、子供の運動会とお出かけしました。とても楽しかったので楽しい余韻が残っています。  
(女性・49歳)

クロス・マーケティング お天気指数とは…直近1週間における人々の気分を5段階で聴取しています。(n=1,101)

■ 調査項目

- 属性設定
- 直近1週間における気分とその理由
- 現在あなたが「してもいい」と思うこと
- Go To Eatキャンペーン利用状況
- Go To Eatキャンペーン利用してみた感想

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201029gotoeat/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20~69歳の男女  
 調査期間 : 2020年10月27日 (火)  
 有効回答数 : 本調査1,101サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」